

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет технологий управления и гуманитаризации
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, доцент

 И.Н. Кандричина

« 19 » июня 2024 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ СОВРЕМЕННОГО БАНКА

Специальность: 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

Направление: 1-26 02 02-03 Менеджмент (производственный)

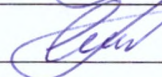
Студент-дипломник, гр. 10801320

 С.Н. Тиловбердиев

Руководитель, к.и.н., доцент

 И.Д. Матяс

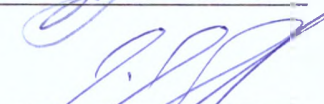
Консультант, к.и.н., доцент

 И.Д. Матяс

Консультант по технологической
части, к.п.н., доцент

 О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль,
преподаватель

 Е.О. Шнип

Объем работы:

дипломная работа – 87 страниц;

графическая часть – 8 листов;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2024

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 83 страниц, 13 рисунков и схем, 13 таблиц,
40 использованных источников

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, КОММУНИКАЦИИ, БАНКОВСКИЙ МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГ-МИКС

Цель дипломной работы – экономическое обоснование и разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой стратегии банка.

База дипломного исследования – ОАО «Сбер Банк».

Задачи дипломного исследования:

1. Исследовать экономическую сущность маркетинговой стратегии.
2. Провести анализ хозяйственной деятельности и маркетинговой стратегии ОАО «Сбер Банк».
3. Разработать пути оптимизации маркетинговой стратегии ОАО «Сбер Банк» и произвести расчет экономической эффективности.
4. Разработать технологию реализации предлагаемых мероприятий.

Объект исследования – маркетинговая стратегия банка.

Предмет исследования – совершенствование маркетинговой стратегии банка.

При проведении исследования использовались метод сравнения, метод группировок, анализа и синтеза.

Элементом новизны полученных результатов является то, что внедрение предложенных в ней мероприятий даст положительный эффект, повысит уровень прибыли банка, его конкурентоспособность и будет способствовать расширению его рыночной доли.

Область возможного практического применения результатов – ОАО «Сбер Банк» и другие банки Республики Беларусь.

Автор подтверждает, что приведенный в дипломной работе расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние объекта исследования, а все заимствованные из литературных источников идеи и положения сопровождаются ссылками на их авторов.



(подпись автора)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / С. Г. Божук; 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2021.
2. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для магистратуры / Е. П. Голубков. – М.: Юрайт, 2019.
3. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова; 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2021.
4. Григорьев, М. Н. Маркетинг: учебник для вузов / М. Н. Григорьев; 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2021.
5. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации: учебник / Е. С. Григорян. – М.: ИНФРА-М, 2021.
6. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Практика: учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. – М.: Юрайт, 2021.
7. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга: учебник / Ю.Н. Егоров; 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2021.
8. Егоров, Ю. Н. Управление маркетингом: учебник / Ю.Н. Егоров. – М.: ИНФРА-М, 2020.
9. Егоршин, А. П. Эффективный маркетинг организации: учебник для вузов / А.П. Егоршин; 2-е изд., доп. и перераб. – Н. Новгород: НИЭМ, 2020.
10. Инновационный маркетинг: учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.]; под общей ред. С. В. Карповой; 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2021.
11. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.]; под общей ред. С. В. Карповой. – М.: Юрайт, 2021.
12. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга: учеб. пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова; под общей ред. Н. Я. Калюжной; 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2021.
13. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев; 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2021.

14. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика: учеб. пособие для бакалавров / С. В. Карпова. – М.: Юрайт, 2019.
15. Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика: учеб. пособие для вузов / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин; под общей редакцией С. В. Карповой. – М.: Юрайт, 2021.
16. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге: учеб. пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. – М.: Юрайт, 2021.
17. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – М.: Юрайт, 2021.
18. Корнеева, И. В. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. – М.: Юрайт, 2021.
19. Короткова, Т. Л. Управление маркетингом: учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова; 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2021.
20. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер; 15-е изд. – СПб.: Питер, 2018.
21. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник для бакалавров / под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой; 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К°, 2020.
22. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.]; под общей ред. С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. – М.: Юрайт, 2021.
23. Маркетинг. Практикум: учебное пособие для вузов / С. В. Карпова [и др.]; под общей ред. С. В. Карповой. – М.: Юрайт, 2021.
24. Маркетинг-менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.]; под ред. И. В. Липсица, О. К. Ойнер. – М.: Юрайт, 2021.
25. Международный маркетинг: учебник и практикум для вузов / И. В. Воробьева [и др.]; под ред. К. Пецольдт, С. Ф. Сутырина. – М.: Юрайт, 2020.
26. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. – 2-е изд. – М.: Юрайт, 2021.

27. Наумов, В. Н. Стратегический маркетинг: учебник / В. Н. Наумов; 2-е изд., перераб., и доп. – М.: ИНФРА-М, 2020.
28. Наумов, В. Н. Стратегическое взаимодействие рыночных субъектов в маркетинговых системах: монография / В. Н. Наумов, В. Г. Шубаева. – М.: ИНФРА-М, 2020.
29. Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. – М.: Юрайт, 2021. – 374 с.
30. Овсянников, А. А. Современный маркетинг: учебник и практикум для вузов. В 2 ч. Часть 2 / А. А. Овсянников. – М.: Юрайт, 2021.
31. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. – М.: Юрайт, 2021.
32. Рыжикова, Т. Н. Маркетинг: экономика, финансы, контроллинг: учеб. пособие / Т. Н. Рыжикова. – М.: ИНФРА-М, 2020.
33. Рыжикова, Т. Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик. Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2021.
34. Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг: учебник / В.Д. Секерин. – М.: ИНФРА-М, 2020.
35. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус [и др.]. – М.: Юрайт, 2020.
36. Токарев, Б. Е. Маркетинг инновационно-технологических стартапов: от технологии до коммерческого результата / Б. Е. Токарев. – М.: ИНФРА-М, 2020.
37. Тультаев, Т. А. Маркетинг услуг: учебник / Т.А. Тультаев. – М.: ИНФРА-М, 2020.
38. Годовая финансовая отчетность «Сбер Банк» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sber-bank.by//reports.individualyearreports.html>. - Дата доступа: 19.02.2022.
39. История и достижения ОАО «Сбер Банк» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.sber-bank.by/page/achievements> Дата доступа: 15.02.2022.
40. Устав ОАО «Сбер Банк» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sber-bank.by/files/temp/ustav.pdf>- Дата доступа: 19.02.2022.